

lesztéssel, a marketinggel, a szolgáltatásokkal stb. A vállalatnak arra kell törekednie, hogy fontos dolgokkal – egyedi, nehezen másolható, különleges – és újdonságokkal tegyen szert versenyelőnyre. Ehhez az informatika jelentős segítséget adhat!

A kötetet záró esettanulmány India szoftveriparájának a fejlődésén keresztül azt mutatja be, hogy az informatika hogyan tud – jó üzletpolitikával, céltudatos munkával – egy elmaradott országot versenyképesebbé és gazdagabbá tenni.

R. I.

Pálincás Jenő

ÜZLETI ETIKA

LSI Informatikai Oktatóközpont,
Budapest, 2002. 222 p.

Az erkölcs szabályozórendszere az egyén és a közösség érdekeinek egyeztetésével alakítja ki a normákat, az értéktételeket és az intézményeket. Az etika (erkölctan) tudománya pedig az erkölcsi és magatartásbeli szabályokat foglalja magában, az erkölcsi jelenségek összességének vizsgálatával foglalkozik. Az erkölcs évszázadok óta szabályozza az emberi magatartást, megismerteti a követendő erkölcsi követelményeket. Hazánkban egyre inkább fontossá válnak az etikai vizsgálatok a gazdasági és az üzleti életben. Ezt az tette indokoltá, hogy egyre többen kapcsolódnak be a gazdasági életbe, továbbá az, hogy nálunk az elmúlt évtizedekben megszűnt az üzleti etika folytonossága s a megfelelő etikai normák még nem alakultak ki. Így az üzleti etika nem épülhetett be a vezetők gazdasági döntéseibe, a

cég kultúrájának etikai normarendszere pedig nagymértékben függ a vezetéstől, a vezető etikai magatartásától.

A jog és az erkölcs kölcsönhatásban van egymással, felismerjük azonban, hogy a tisztességes üzleti magatartás csak jogi szankciókkal nem biztosítható, szükséges az is, hogy a döntéshozók és a gazdasági élet többi szereplői a tisztesség határain belül tevékenykedjenek, s ezt a magatartást várják el a munkatársaiktól is. Figyelembe kell venni a társadalmi környezet elvárásait és szokásait, etikusnak az tekinthető, amit a közfelfogás elfogad, ami szembeesíthető a nyilvánossággal. Egyes vállalatok oktatási programjaiban szerepelnek már az üzleti etikára vonatkozó ismeretek, fontos lenne, hogy az oktatás-képzés különböző szintjein (középfiskola, szakképzések, felsőoktatás stb.) szerepeljenek az üzleti etikai ismeretek a tananyagban. Fontos kérdés ez az európai integrációs törekvések megvalósításának szempontjából is. A szerző – a Gábor Dénes Főiskola tanszékvezető tanára – az erkölcsi viselkedési normákra és az etikai nézetekre irányuló gondolkodási folyamat megértésére és saját átgondolt értéktétele kialakítására ösztönzi olvasóit, elsősorban a fiatal menedzsereket felsőoktatási jegyzetként megjelent oktatási segédletében.

Az összeállításban – rövid történeti áttekintés után – először arról olvashatunk, hogy egyes vélemények az erkölcsöt a gazdálkodástól idegennek tekintik, s feleslegesnek tartják az etikai szabályokat. A szerző felhívja a figyelmet az ilyen nézetek helytelenségére, mert tiszta versenyen alapuló piac nem létezik; számolni kell ugyanis az erőfölénnyel való visszaélés lehetőségével, a megvesztegetésekkel, a

közérdeket megsértőkkel és a rövid távú előnyökért mindenre kaphatókkal. Ezeken túlmenően a gazdasági tevékenységekben olyan konfliktushelyzetek is előfordulnak, amelyek más területeken nincsenek. Szükséges ezért, hogy a gazdasági élet szereplői tevékenységüket a tisztesség határain belül folytassák, ezt várják el munkatársaiktól is, és ezt a magatartást környezetükről is feltételezzék. Az erkölcsnek vannak állandó elemei, normái, de változás is jellemzi, fejlődésében szakaszok állapíthatók meg, koronként, népenként, társadalmi rétegenként, foglalkozási csoportonként differenciák mutatkoznak. Megismerjük az üzleti etika legfontosabb alapelveit (a tárgyilagosság, az igazságosság, a szakszerűség, a nyilvánosság, az empátia, a felelősség stb. elve). A szakmai és vállalati etikai kódexek ezeken az elveken túlmenően a szakterületekre jellemző speciális magatartási szabályokat is tartalmazhatnak.

A mai üzleti életben a vevők igényeinek a maximális kielégítése a fő szempont; ez a korábbtól eltérő magatartást kíván meg a vezetőktől és a beosztottaktól. Így az eladó-felhasználó kapcsolatban új etikai viszonyok alakulnak ki, amelyek hatással vannak a szervezetre, a vezetés feladatok ellátására. A legtöbb menedzseri etikai döntés vegyes következményekkel jár: szemben állhatnak bennük a gazdasági és szociális-társadalmi követelmények. Személyi vonatkozásai is vannak; a vezetés magas szintű erkölcsi tudatosságára van szükség. A szerző a továbbiakban azokkal a vállalkozási elemekkel foglalkozik, amelyek jelentősek az etikus magatartás érvényesítése szempontjából (ajánlat, árajánlat, szerződés és teljesítése, kötbér, mi-

nőség, szállítási határidő, garancia, információszolgáltatás stb.). A vezetőknek motivációs irányítással kell elősegítenie a jó munkahelyi légkör kialakulását. Ide tartozik a személyiségjegyek figyelembevétele a képességek és készségek szerinti munkakör kijelölése, az eredmény elismerése, a méltányos jövedelem biztosítása és a munkabiztonság megteremtése. A piaci szereplők érdekviszonyaiban az etikus viselkedés és az érdek összekapcsolódik. Megismerjük az érdekérvényesítés konfliktushelyzeit, a konfliktusok forrásait, valamint az ésszerű kockázat vállalását szem előtt tartó vezetői magatartás jellemzőit. Szó van még az üzleti titok és az információ védelméről, a szoftver használatával összefüggő etikus vezetői és beosztotti magatartásról is.

A fogyasztóval szembeni felelősség kérdései keretében a fogyasztóvédelmi törvény előírásairól, a fogyasztó jogairól, a vállalkozás felelősségvállalásáról (hibás teljesítés, jótállás, termékfelelősség, késedelmes teljesítés, minőségbiztosítás, vevőszolgálat) van szó a könyvben. A szerző foglalkozik a marketinggel kapcsolatos etikai követelményekkel és a tisztességtelen piaci magatartásokkal; az utóbbiak közé a fogyasztó megtévesztése és az etikátlan reklám tartozik. A vállalkozás társadalmi felelősségét tárgyaló fejezetben azokat a kötelezettségeket ismerjük meg, amelyeket a vállalkozásnak a környezet megóvása érdekében fel kell vállalnia. A környezet ügye a vállalkozás ügye is;

az ökológiai felelősség az üzleti világ meghatározó problémája napjainkban. Szó van itt a célok megvalósítása során keletkező konfliktushelyzetekről is (különböző célok, ellentétes érdekek, előítéletek stb.). A lakosság és a vállalkozás közötti összeütközés elkerülését a Graboplast Rt. példáján ismerhetjük meg. A termelő és a szolgáltató szférában a természeti környezetre negatívan ható folyamatok szabályozásáról, majd a vállalkozás szociális koncepciójának kialakításáról olvashatunk a továbbiakban. Ez utóbbi értékeli a vállalkozás környezetében beállt változásokat, elemzi azok tendenciáit, megfogalmazza a kitűzött célokat, a szükséges eszközrendszer és a megvalósítás ütemét.

Az általános etikai szabályok mellett alkalmazott – szak- és foglalkozási etikai követelmények is vannak. Az előbbiekhöz például a kereskedelmi, a bank- és tőzsde-etika, a biztosítási és reklámetika, az utóbbiakhoz a mérnök, az orvos, a fizikus, a pedagógus etikája tartozik. Az üzleti élet etikai szabályai néha íratlanok és közmegegyezően alapulnak, más esetekben ezeket a normákat írásban is rögzítik. Az üzleti élet szereplői számára nélkülözhetetlen szakterületük, foglalkozásuk alapvető etikai szabályainak ismerete. A szerző a foglalkozási etikák közül a menedzseretikával, a mérnöketikával, a könyvvizsgálói etikával, az orvosetikával foglalkozik részletesebben. A szaketikák közül pedig a kommunikáció területére, a szolgáltató felelősségére, a levelezés

illemszabályaira, a reklámetikára, a banketikára, a tudomány és az etika kapcsolatára, a sajtóetikára vonatkozó kérdéseket világítja meg.

A könyv zárófejezete az etikai kódexeket mutatja be az üzleti életben és az üzleti életen kívül. A jogi szabályozásra épülő etikai kódex a szemléletet és a gyakorlatot befolyásolni szándékozó, írásba foglalt és közzétett erkölcsi szabály- és normagyűjtemény. Célja, hogy fenntartsa és erősítse a szervezet belső értékrendszerét. Felépítése attól függ, hogy milyen jellegű tevékenységet folytató szervezetben dolgozzák ki. Az üzleti élet etikai kódexei nagyon változatosak; tartalmazhatnak tiltásokat, pozitív állításokat, az érintett közösségekkel szembeni kötelezettségeket, a vezetőkkel szembeni elvárásokat stb. Az etikai kódexek sajátos csoportját képezik a különböző érdekvédelmi testületek, szövetségek, kamarák etikai kódexei. Ezekre azért volt szükség, mert a gazdasági élet valamennyi mozzanatát lehetetlen volt csupán közgazdasági, jogi vagy politikai eszközökkel szabályozni. Közülük a marketing etikai kódexekről, a Könyvvizsgálók Nemzetközi Szövetsége által kidolgozott etikai kódexről, az Informatikai Vállalkozások Szövetsége, a Magyar Mérnöki Kamara, a Magyar Reklámszövetség, a Magyar Public Relations Szövetség és a Magyar Újságírók Országos Szövetsége etikai kódexeiről van szó a könyvben.

Rubóczky István